



World

INFORMATIONEN, TRENDS & TIPPS ■ AUSGABE 7

Verzicht ist wie ein Tabubruch: Echte Weihnachten gibt's nur mit Baum



Für die meisten ist es ein Tabubruch: das erste Mal Weihnachten ohne Christbaum. Dabei können durchaus vernünftige Gründe dafür sprechen, den Kauf eines Weihnachtsbaums kritisch zu überdenken: wer beispielsweise das Fest bei Verwandten oder Kindern verlegt oder wer schon zum Fest oder unmittelbar danach verweist, übt sich in Verzicht. Dies waren auch die meist genannten Gründe einer Befragung, die vom Nordmann Informationszentrum durchgeführt wurde.

Ein weiterer Aspekt für die Kaufverweigerung macht nachdenklich: es ist der Über-

druss am Thema Weihnachten. „Über Wochen werden wir mit Werbung zu Weihnachten, zu Geschenken und mit Kaufaufforderungen überhäuft – im Fernsehen, im Radio und in den Medien wird das Fest als Konsumorgie präsentiert. Da vergeht einem die Lust an besinnlicher Weihnacht, auf die wir uns eigentlich freuen sollten,“ so eine Befragte, die damit die Meinung vieler auf den Punkt gebracht hat.

Dabei ist der Christbaum nach wie vor das wichtigste Symbol für das Weihnachtsfest – er bildet den strahlenden Mittelpunkt, er lässt die Kerzen

leuchten und die Kugeln funkeln. Unter dem Baum liegen die Geschenke und er ruft alle Jahre wieder viele schöne Erinnerungen hervor.

Das alles fehlt, wenn der Baum fehlt. Es muss im Interesse aller sein, dass die Weihnachtsbaum-Kultur nicht überlagert wird durch hektischen Konsum. Als Natur-Produkt mit langer Wachstumszeit sollte er nicht herhalten als Lockangebot – der Wert des Baumes wird nicht in erster Linie durch den Preis bestimmt, sondern durch die Bedeutung, die er für fast jeden von uns hat – von klein auf.



Gut gelaufen: Saison 2013

Ergebnisse der Marktstudie
ab Seite 2



10 Jahre Wachstum

Jeder Baum ist eine Story auf Seite 6



Immer frisch

Zeitnahe Lieferung zum Endspurt
auf Seite 9



Qualitätsmarken

Nordmann Classic als Privat Label
auf Seite 10

Weihnachtsbaum-Verkaufssaison 2013: Handel und Verbraucher schätzen Qualität Markt mit über 500 Mio Umsatz



Es geht um ein Marktvolumen von über 500 Millionen Euro, das innerhalb von gut 4 Wochen umgesetzt wird – der größte Teil davon sogar in den letzten zwei Wochen vor Weihnachten. Es geht um den Weihnachtsbaum – um die Nordmantanne. Mit inzwischen bundesweit rund 90% Marktanteil ist diese nadelfeste Baumart mit den weichen Nadeln der beliebteste Christbaum. Insgesamt werden rund 21 Millionen Weihnachtsbäume im deutschen Markt abgesetzt – Tendenz stagnierend bis leicht fallend.

In der jüngsten Untersuchung über den Weihnachtsbaumverkauf in den Gartencentern und Fachmärkten der Handelsketten, die Anfang des Jahres vom Nordmann Informationszentrum bundesweit durchgeführt wurde, zeigen sich wie in den Vorjahren wieder zahlreiche interessante Entwicklungen und Details.

Besonders auffallend und zugleich erfreulich ist

die Erkenntnis, dass der Verbraucher in erster Linie einen schönen Christbaum wünscht. Der so genannte „Billig- oder Aktionsbaum“, der noch vor wenigen Jahren auf vielen Verkaufsplätzen in teilweise bemitleidenswerter Qualität zu finden war, ist nahezu verschwunden. Handel und Konsumenten haben erkannt, dass dieses „Schnäppchen“ eher abschreckend als anlockend war.

84% Zufriedenheit dank Standard- und Premium-Qualität

Heute bestimmt solide Standard-Qualität mit rund 60% sowie Premium-Qualität mit etwa 30% das Angebot, Blau- und Rotfichten (6%) und Nobilis (3%) spielen dabei nur eine Nebenrolle. Durch die Besinnung auf Qualität hat die Zufriedenheitsquote beim

Handel deutlich gewonnen: waren 2009 nur knapp 62% der Einkäufer und Marktverantwortlichen mit der gelieferten Qualität zufrieden, konnte sich dieser Wert über 69% in 2011 auf nunmehr 84% in 2013 steigern.

Die Entscheidung für Qualitätsbäume bei den Gartencentern und Handelsketten zeigt auch positive Resulta-

Wie ist die Zusammensetzung Ihres Weihnachtsbaum-Angebotes?



te im Verkaufsergebnis: so haben 42% der Befragten Märkte und Gartencenter für die Saison 2013 einen besseren Verkauf im Vergleich zum Vorjahr angegeben, nur 9% konnten den Absatz gegenüber 2012 nicht halten und 47% haben in etwa auf

Vorjahres-Niveau abschließen können. Diese insgesamt positive Entwicklung bei den Fachmärkten drückt sich auch in den verkauften Stückzahlen aus: 80% verkauften mehr als 1.000 Bäume pro Markt und Verkaufsplatz, 24% sogar über 2.000 Bäume.

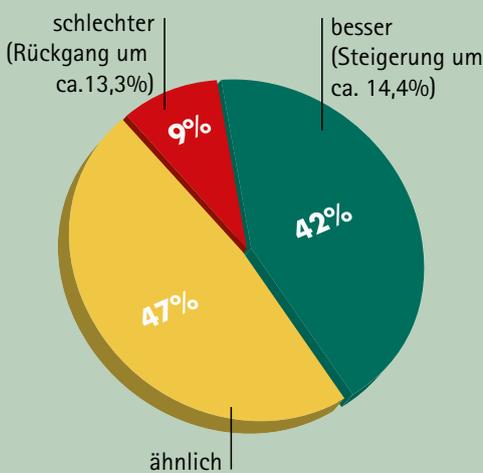
Solides und stabiles Preis-Niveau

Immer wieder steht auch der realisierte Verkaufspreis im Zentrum des Interesses: der Durchschnittsverkaufspreis für eine ca. 180 cm große Nordmantanne in Standard-Qualität lag 2013 bei 27,00 Euro – der gleich große Baum in Premium-Qualität wurde durchschnittlich für 38,00 Euro verkauft. Damit stieg der

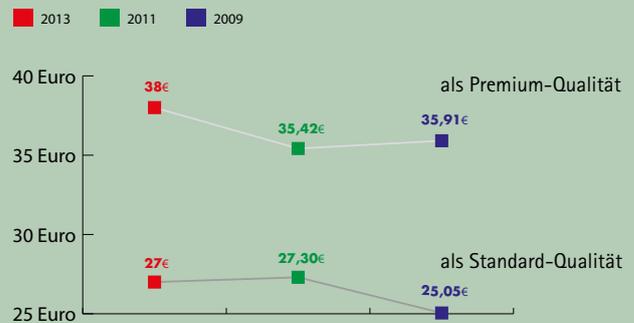
Premium-Preis im Vergleich zu den Vorjahrespreisen (35,42 Euro in 2011 und 35,91 Euro in 2009).

Bei der Standard-Qualität lag der Durchschnittspreis für den 180 cm großen Baum knapp unter der Vorjahresmarke (27,00 Euro in 2013 und 27,30 in 2011), aber immer noch deutlich über dem Wert aus 2009, in dem 25,05 Euro bezahlt wurden.

Wie war Ihr Weihnachtsbaum-Verkauf in 2013 im Vergleich zum Vorjahr?



Würden Sie uns einige Nordmann- Preis-Beispiele nennen?



Weihnachtsbaum-Verkaufssaison 2013: Handel und Verbraucher schätzen Qualität Markt mit über 500 Mio Umsatz



Die Kundenerwartung in Bezug auf Aktionsbäume ist von fast 31% in 2011 auf 22% in 2013 zurück gegangen. Auch hier zeigt sich, dass Qualität und Schönheit nach wie vor die Kaufkriterien Nr. 1 sind. Einig ist sich der Handel, dass der Marken-Weihnachtsbaum wichtig ist: konstant um die 80% der Befragten gab an, dass durch die Marke die Qualität klar definiert ist. Marke ist also ein wesentliches Sicherheitsmerkmal – für den Einkäufer

wie für den Verkäufer sowie für den Endverbraucher.

In den letzten 8 Jahren haben sich manche Verbraucher für einen kleineren Weihnachtsbaum entschieden. Dafür gibt es mehrere Gründe: die Preisentwicklung in dem Zeitraum kann dafür ebenso verantwortlich gemacht werden wie ein vielfach reduziertes Platzangebot in den Wohnungen. Zahlreiche Verbraucher entscheiden sich bewusst für einen kleineren, aber dafür schöneren Baum.



Verkaufssaison startet ab 3. Advent richtig durch

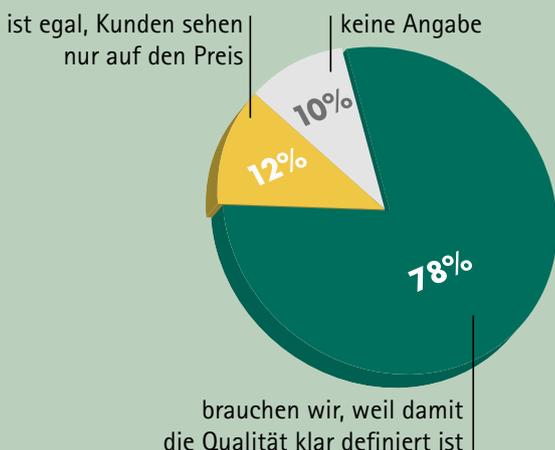
Gefestigt hat sich das Einkaufsverhalten in Bezug auf den Zeitpunkt: ab dem 3. Adventswochenende geht es los – von diesem Termin an werden mehr als 60% der Bäume verkauft. Hieraus sollte der Handel seine Schlüsse ziehen: es macht heute weniger denn je Sinn, sich einen Großteil der Lieferung schon zum Beginn der Verkaufssaison Mitte oder Ende November liefern zu lassen. Dies führt immer wieder zu Enttäuschungen und Reklamationen, denn zum Zeitpunkt der Hauptsaison sind das keine frischen Bäume mehr.

Die Produzenten raten vielmehr zu einer Erst-Lieferung

für den Bedarf der ersten Wochen und die Hauptlieferung kurz vor Beginn der „heißen“ Phase vor dem 3. Adventswochenende. So können die frisch geschlagenen Bäume direkt an den Verbraucher gegeben werden, den es nur freuen kann.

Groß-Produzenten wie die Henningsen Group mit Flächen von rund 1.500 Hektar und einem Millionen-Liefervolumen arbeiten mit einer perfekten Logistik-Organisation, durch die Just-in-time geliefert wird sowie Nachlieferungen innerhalb von maximal 48 Stunden erfolgen. Dadurch wird auch verhindert, dass es zu unverkauften Restbeständen kommt, die womöglich das gesamte wirtschaftliche Ergebnis zunichte machen können.

Wie beurteilen Sie einen Marken-Baum?



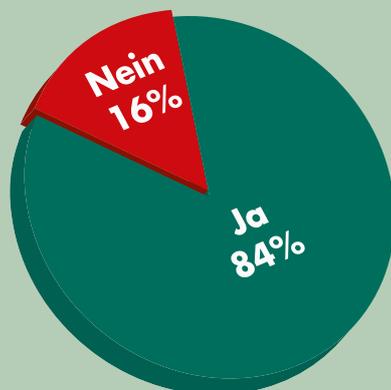
Präzise und korrekte Sortierung zahlt sich aus

Leider immer wieder und immer noch ein Thema: die Sortierungs-Qualität. Hier beklagen relativ viele Verkaufsverantwortliche, dass es bei der Qualität zu große Schwankungen gibt, ebenso kommt es immer wieder zu Lieferungen, bei denen ein Großteil der Bäume in der Höhe gerade mal das Minimal-Maß erreicht.

Dazu Key-Account Manager Svend Kristiansen: „Wir definieren sehr exakt unsere Qualitäten, die bei der Sortierung innerhalb eines sehr engen Rahmens liegen müssen. Und bei der Größenzusammensetzung ist für uns selbstverständlich, dass in der gelieferten Sortierung das ganze Spektrum enthalten sein muss.“

Die Redaktion von Nordmann Classic World hat in den Adventswochen 2013 zahlreiche Gartencenter, Baumärkte und Verkaufsplätze bei den Handelsunternehmen besucht. Auffallend war dabei, dass der Verkauf der Bäume häufig mit vergleichsweise wenig weihnachtlicher Stimmung begleitet wurde. Andere Handelsgruppen integrierten den Baumverkauf in ein gelungenes Weihnachtskonzept – mit außerordentlich guten Umsatz- und Gewinnergebnissen. Der Kunde erwartet beim Baumkauf ein stimmiges Erlebnis – es ist der Moment, in dem es weihnachtlich wird. Hierauf sollte der Handel entsprechend eingehen – so kann er sich ein ordentliches Stück vom 500 Millionen Euro Weihnachtsbaum-Markt sichern.

Waren Sie mit den gelieferten Qualitäten zufrieden?



nein, weil:

- ▶ Bäume haben größtenteils nur Mindestmaße erreicht
- ▶ Bäume waren stark verschmutzt
- ▶ fehlende Kronen und Äste
- ▶ teilweise gelbe Triebspitzen
- ▶ nicht gleichmässig dicht, kaum große und breite Bäume, kleine Bäume zu breit
- ▶ zu viele braune Stellen
- ▶ nur Premium-Bäume gut verkaufbar, allerdings im Vergleich zum Vorjahr sehr kleine Bäume in der Sortierung



10 Jahre Wachstum: Jeder Baum hat eine Story



In Zeiten von größerem Umweltbewusstsein werden auch immer häufiger Fragen nach dem Ursprung, nach natürlicher Produktion sowie der Nachhaltigkeit gestellt. Durchaus berechtigt – und es gibt darauf stets überzeugende Antworten. Noch immer besteht bei manchen die Ansicht, der Baum stammt mitten aus dem heimischen Wald. Ein romantischer Gedanke, der allerdings nichts mit der

Realität zu tun hat. Vielmehr sind es Kulturen, manche sprechen auch von „Weihnachtsbaum-Schonungen“, was gar nicht so falsch ist. Denn diese Pflanzungen sind auch kleine Biotope, in denen die Bäume allerdings kaum über 250 cm hinaus wachsen.

Je nach Größe sind sie innerhalb von 8 bis 12 Jahren zu echten und schönen Weihnachtsbäumen geworden. In

diesem Zeitraum leisten sie aktiven Umweltschutz: sie produzieren Sauerstoff, beugen der Bodenerosion vor und geben vielen Insekten, Vögeln und anderen kleinen Tieren einen ganz natürlichen Lebensraum. Der natürliche Weihnachtsbaum wird wie das Getreide oder die Blumen für die Nutzung und den Gebrauch produziert – da er vollständig kompostierbar ist, bleibt jeder Baum im Natur-Kreislauf.

In puncto Nachhaltigkeit ist die Nordmantanne nicht zu schlagen: der Energieaufwand sowie die Umweltbelastung bei der Produktion sowie späteren Entsorgung von künstlichen Bäumen ist im Vergleich enorm und ist für umweltbewusste Kunden keine Alternative. Ganz davon abgesehen, dass der Kauf eines Kunstbaums nichts hat vom Erlebnis bei der Auswahl des persönlichen Natur-Weihnachtsbaums.



Beste und kontrollierte Samen aus den Ursprungsgebieten und jahrzehntelange Erfahrung sorgen für gesunde Jungpflanzen.



Gesundes Heranwachsen der Nordmantannen in natürlichen Kulturen unter ständiger Pflege und unter guten klimatischen Bedingungen.



So wächst ein schöner Weihnachtsbaum heran. In seiner Lebenszeit produziert er zwischen 175 500 und 262 500 Tonnen Sauerstoff.



Nach durchschnittlich 10 Jahren erreichen die Weihnachtsbäume eine Größe von 2 bis 2,50 Meter und können für die Ernte etikettiert werden.



Henningsen Group international: Seit 25 Jahren vertraut mit europäischer Weihnacht



Weihnachts- oder Christbaum heißt im Heimatland der dänischen Henningsen-Group Juletræ. Und so unterschiedlich wie der Name ist auch die Kultur der nordischen Weihnachtsfeier. Hans Henningsen: „Es ist faszinierend zu sehen, wie unterschiedlich die weihnachtlichen Traditionen in den Ländern und Regionen Europas gepflegt werden.“

Um so wichtiger ist es für ein Unternehmen wie die Henningsen-Group zu wissen, welche Wünsche und Anforderungen die nationalen Märkte an den Christbaum-Lieferanten stellen. Seit rund 25 Jahren arbeitet das Team von Henningsen mit europä-

ischen Partnern zusammen – jeder ist mit den Weihnachtstraditionen der verschiedenen Länder vertraut. Dabei gibt es durchaus auch noch regionale Unterschiede, wie sich auch in der Art der Bäume zeigt. Zahlreiche Faktoren spielen dabei eine Rolle: während in städtischen Regionen kompakte und schlanke Bäume oft bevorzugt werden, finden in den eher ländlichen Gebieten die großen stattlich gewachsenen Nordmann Classic ihre zufriedenen Kunden.

Experte Henningsen: „Dies hängt auch zusammen mit den Traditionen des Schmückens. Sowohl in Nord-Süd- als auch in Ost-West-Richtung gibt es

hier erkennbare Unterschiede, die sich auch in den Lieferungen zeigen. Generell aber wünschen sich die Kunden schöne Bäume, an denen sie sich über das Fest erfreuen können. In den Ländern und Regionen, in denen der Baum teilweise bis Ende Januar genutzt wird, kommt es besonders auf die schon legendäre Nadelfestigkeit der Nordmantanne an, die sich hier immer wieder beweist.

Mit der europäischen Weihnachtstradition vertraut zu sein heißt in der Henningsen-Group aber auch, die Modalitäten der Partner in den Ländern ebenso zu kennen und zu erfüllen und mit sprichwört-

licher Präzision und Pünktlichkeit die reibungslose Zusammenarbeit zu garantieren. Dass dazu die guten persönlichen Kontakte beitragen, zeigt sich alle Jahre wieder neu. Auf der IPM, der internationalen Fachmesse, gibt es auf dem Henningsen-Messestand auch immer wieder ein fröhliches und fast freundschaftliches Wiedersehen mit den größtenteils langjährigen Kunden, bei dem die Erfolge des zurückliegenden Jahres ebenso durchgegangen werden wie die Ziele für die neue Saison. So zeigt sich die Henningsen-Group als international agierendes Unternehmen seinen europäischen Partnern als guter Nachbar von nebenan.



Zeitnahe Lieferung:

FrISCHE BÄUME bis zum Endspurt



Kennen Sie das Erfolgsgeheimnis der Verkäufer, die in jedem Jahr ein sattes Plus bei Umsatz und Gewinn machen? Es ist ganz einfach: sie verkaufen Frische bis zum Heiligabend.

Hans Henningsen, Chef der Henningsen-Group, einem der bedeutendsten Produzenten und Lieferanten in Europa, stellt schon seit Jahren einen Trend fest, auf den sich sein Logistik-System

optimal eingestellt hat: mehr als die Hälfte aller verkauften Bäume gehen kurz vor dem Fest an die Kunden. Und der Verbraucher achtet auf Frische: Bäume, die schon seit Wochen auf den Verkaufsplätzen stehen, haben es im Absatz schwer. Zeitnahe Lieferung heißt das Zauberwort bei den Logistikern im Hause Henningsen: in Abstimmung mit den Fachmärkten und Gartencentern wird die Lieferung so gesteuert, dass

über die gesamte Verkaufssaison ein attraktives und frisches Baumangebot zur Verfügung steht. Wenn also eine Woche vor Weihnachten der große Run einsetzt, können Henningsen-Kunden darauf vertrauen, pünktlich und perfekt mit frischen Bäumen beliefert zu werden.

Die riesige Eigenproduktion und das professionelle Team ist auf diese Entwicklung und Situation bestens

eingestellt: europaweit liefert es an die Standorte des Verkaufs mit großer Präzision die gewünschten Mengen und Sortierungen. Der Erfolg der Handelspartner gibt diesem Konzept Recht: durchweg deutliche Steigerungen im Verkauf und vor allem große Zufriedenheit bei den Kunden sind der beste Beweis dafür, dass schöne und vor allem frische Bäume sich fast wie von selbst verkaufen – bis zum letzten Tag.

Direkt-Kontakt zum Nordmann Classic-Verkauf:



Postbox 50 • Bavnevej 50 • DK-6580 Vamdrup
Tel: +45 70 20 13 20 • Fax: +45 74 50 50 00
E-Mail: post@henningsenas.dk • www.henningsenas.dk



■ Svend Kristiansen



■ Ejgil Petersen



■ Hans Henningsen

Speziell für den Handel etikettiert:

Qualitätsmarken in perfekter Nordmann Classic-Sortierung

Für die meisten Marken-Produzenten ist es inzwischen gang und gäbe: Qualitätsmarken für die Großkunden des Handels. Key Account Manager Svend Kristiansen von der Henningsen-Group: „Einkauf und Verkauf der Fachmarktgruppen setzen auf die Kompetenz und Sicherheit der Markenhersteller, möchten aber andererseits gern die Hausmarken in den Vordergrund stellen und damit ihr eigenes Unternehmensprofil stärken. Aus diesem Grund liefern wir inzwischen einen erheblichen Teil unserer Produktion mit einer Privat-Label-Etikettierung. Die Qualität und

die strenge Sortierung entspricht dabei voll und ganz der Nordmann Classic-Norm – eine Garantie für unsere Kunden auch bei den Eigenmarken alle Vorteile eines Markenprodukts zu erhalten.“

Nach zuvor festgelegten Modalitäten werden die Qualitätsmarken des Handels in den Kulturen mit den Privat-Label-Etiketten ausgezeichnet. Wenn diese Bäume geschlagen sind, werden sie zum Teil auf speziellen Ladeplätzen, die nur für diesen einen Kunden eingerichtet sind, palettiert und distribuiert. Detaillierte Paletten-Deklarationen

geben exakt Auskunft über die dort gepackten Mengen, Größen und Sortierungen – damit wird in den Märkten die Kontrolle und die Vorbereitung für den Verkauf erheblich erleichtert.

Bei der Henningsen-Group spielt das Thema Qualitätsmarken eine wichtige Rolle: Dank der großen Eigenproduktion können die Kunden auf Lieferkapazität und Sicherheit vertrauen, zugleich ist aber auch eine gleichmässige Qualität gewährleistet, die durch die ständige forstfachliche Kulturpflege erreicht wird.

Der Einkäufer einer großen Gartenfachmarkt-Kette: „Bei unserer Hausmarke legen wir größten Wert auf Qualität. Nur so können wir gegenüber unseren Kunden den Beweis eines optimalen Preis-Leistungsverhältnisses erbringen. Dafür vertrauen wir den Lieferanten, die selbst als Marken-Produzent nach strengsten Normen und Qualitätskriterien arbeiten.“ Für die Henningsen-Group bedeutet dies: es kommen immer mehr Weihnachtsbäume in Nordmann Classic-Qualität zu den Verbrauchern – als Qualitätsmarke mit einem Privat-Label-Etikett.

 **World**
IMPRESSUM

Nordmann Classic World
Henningsen Group

Postbox 50 · Bavnevej 50
DK-6580 Vamdrup
Tel: +45 70 20 13 20
Fax: +45 74 50 50 00
E-Mail: post@henningsenas.dk
www.henningsenas.dk



Hafen-Aktion in Hamburg:

Nordmann Classic – weltweit bis nach China



Zum 17. Mal wurde vor dem 3. Advents-Wochenende die schon traditionelle Aktion „Weihnachtsbäume für die Schiffe im Hamburger Hafen“ von Nordmann Classic veranstaltet, bei der wieder zahlreiche Schiffsbesatzungen rechtzeitig vor dem Fest ihre Nordmantanne an Bord nehmen konnten. Der Weihnachtsmann hatte alle Hände

voll zu tun und musste seine Zielgenauigkeit beim Wurf über die Reling zum Nachbarschiff vielfach unter Beweis stellen. Die Überraschung und Freude bei den Mannschaften war immer wieder deutlich an den strahlenden Gesichtern abzulesen. Die zahlreichen TV-Teams an Bord konnten auch bei der letztjährigen Aktion wieder viele stimmungsvolle

Momente einfangen. Insgesamt erreichte diese Aktion über die Fernsehsender, Radio-stationen und Zeitungen ein Publikum von über 50 Millionen. Sogar die chinesischen Zeitungsleser erfuhren davon – diese weltweit einmalige Aktion mit den Nordmann Classic Weihnachtsbäumen ist bei den Seefahrern aller Nationalen inzwischen bekannt und beliebt.

Auch in diesem Jahr wird der Weihnachtsmann mit einem entsprechenden Kontingent Nordmann Classic wieder auf Tour durch den Hamburger Hafen gehen und dafür sorgen, dass am Heiligabend auf den Schiffen die Kerzen angezündet werden können und auch auf hoher See echte Weihnachtsstimmung an Bord kommt.

Geschichten aus dem Weihnachts-Wald:

Auswahl, Erlebnis und Stimmung bringen Schwung in den Verkauf



Willkommen im Weihnachts-Wald – das ist die Stimmung, mit der erfolgreiche Gartencenter und Verkaufsplätze den Baumkauf zu einem Erlebnis machen. Ein süddeutscher Marktleiter: „Runter von der Palette, die ohnehin nur für den Transport und das Abladen der Bäume gedacht ist – rein in die Ständer und rauf auf die Verkaufsfläche. Die Kunden wollen durch die Auswahl streifen, möchten die Bäume von allen Seiten betrachten, die weichen Nadeln fühlen und den frischen Tannenduft genießen.“ Das Ergebnis lässt sich an der

Kasse jeden Verkaufstag aufs Neue ablesen: deutlich gestiegene Absatz- und Umsatzzahlen. Kaum ein Kunde hat eine präzise Vorstellung von seinem Christbaum. Erst die Auswahl führt ihn zu seinem Traumbaum. So entscheidet mancher spontan, dass die groß gewachsene Nordmantanne mit den dichten Astkränzen genau das ist, was gefällt. Die meisten entscheiden ohnehin erst am konkreten Objekt – zuvor wurde verglichen, ein wenig diskutiert und dann gehen diese Kunden zufrieden vom Platz dem Weihnachtsfest entgegen.

Profis wollen einen starken Partner: HENNINGSEN-GROUP.

Gründung:	1992
Gesellschaftsform:	Aktiengesellschaft
Aktionäre:	Familie Henningsen und Mitarbeiter
Produktion:	Eigene Produktion auf mehr als 1.500 ha mit 12,5 Mio. Nordmantannen
Team:	14 Mitarbeiter (festangestellt) sowie Saisonkräfte
Logistik:	Inhouse-Steuerung mit Tree Manager System Just in time-Lieferung
Verkauf:	Mehr als 1 Mio. Bäume (2014)

Kunden:	Baumarkt- und Gartencenter-Gruppen, Handelsgruppen, Gartencenter und Fachmärkte
Märkte:	Europa, Schwerpunkt Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien, Frankreich, England sowie die gesamten osteuropäischen Märkte



HENNINGSEN GROUP

P.O.Box 50, Bavnevej 50,
DK-6580 Vamdrup
Phone + 45 70 20 13 20,
Fax + 45 74 50 50 00
E-Mail: post@henningsenas.dk
www.henningsenas.dk